

中國大陸有機產品認證7月1日上路

# 政府大執法 綠色有機商機看俏

近年來，隨著中國大陸消費者對健康和環境保護的要求日益提高，對有機產品的需求明顯上升，有機產品生產消費迅速增長。中國大陸自7月1日起實施新的有機產品認證制度，市售有機產品除非取得政府核發的有機認證標章，將不得販售，此舉被認為將匡正混亂的有機產品市場。

◎撰文／蕭遠松 圖片提供／達志影像、北京樂活城

中國大陸人均GDP約5,400美元，很多人可能疑惑，民眾吃得起昂貴的有機產品嗎？中國大陸人口眾多，經濟快速起飛，千萬富翁數量持續增加。根據2011年公布的《胡潤財富報告》，北京城內聚集全中國大陸最多的千萬富翁，約占全中國大陸的17.7%。考慮北京1,700萬的常住人口，等於每百人就有1位千

萬富翁。至於全中國大陸的千萬富翁，則是每1,400人中有一位。

杭州駐滬企業聯合會祕書長蕭民6月底到台灣訪問，目前該聯合會正協助台商取得中國大陸有機認證，他表示，在中國大陸，能購買幾千萬人民幣的豪宅的民眾比比皆是，他們重視身體健康，1年願意花費10萬人民幣購買有機產品，點出中國大陸龐大的

有機產品商機。

## 有機市場混亂 政府修法並嚴正執行

2010年，中國大陸媒體曾多次揭露有機產品假冒和標示不實的問題，中國國家認證認可監督管理委員會（簡稱國家認監委）展開一連串動作，包括對認證機構發放有機認證標誌的明確規



市面上有機食品真偽難辨，2012年7月，中國大陸新有機產品認證制度上路，期望以嚴正的執法匡正混亂的有機產品市場。

範，以及對違規者的懲罰措施，並要求各認證機構對所有獲證企業展開突擊檢查。由於有機認證人員良窳不齊，國家認監委同時對認證人員進行整頓，截至2011年底，中國大陸的有機認證機構由2004年的36家減少到23家。

2012年3月，國家認監委針對2005年6月發布的《有機產品認證實施規則》進行修訂，並自2012年7月1日全面啟動有機產品新認證標章，自7月1日起，在中國大陸生產的有機產品將統一使用國家認監委認可的新標誌。新標誌包含有機認證標誌、有機編碼、認證機構名稱或標誌，消費者還可以登錄網站輸入有機碼一辨真偽。

而在新有機認證實施前，中國大陸主管機關還對重量級外商通路進行懲處。早在去年10月，美國最大零售連鎖商沃爾瑪（Walmart）位於重慶市的12家分店，即遭檢舉以普通豬肉冒充有機豬肉出售。重慶市工商局獲報後立即勒令門市停業15天，並處以約1,287萬元台幣的罰款。沃爾瑪中國大陸總部事後坦承侵犯消費者權益，並稱已有部分員工遭到拘留。

根據重慶市工商局表示，沃爾瑪在重慶擁有13家門市，其中12家門市以普通豬肉冒充有機豬肉銷售，20個月內共銷售63.547公噸，牟取的非法利益約350萬

元新 台幣。沃爾瑪尚且被如此對待，其他有機產品通路商處境可想而知。

## 全球嚴格規範 期望與國際接軌

中國大陸主管機關為何實施這個號稱「全球最嚴格」的有機認證制度？新認證制度與過去有何不同？新認證制度對有機市場未來的發展影響如何？9月中旬，國家認監委在北京召開會議，邀集多個有機認證單位負責人，傳達新制的精神。據悉，有以下政策意涵值得台商關注。首先，美國、台灣的有機產品都有發展的過程，即刻實施的嚴格認證規定，將會讓部分有機農企無法經營，但長期來看，嚴格規範可以匡正目前陷入混亂的中國大陸有機市場。

其次，外國有機認證產品今後若想在中國大陸以「有機」名稱販售，都必須取得中國大陸核發的有機認證。此舉的目的就是要迫使國際認證機構採納中國大陸的認證。台灣有機產品目前暫時與「外國」產品一視同仁，但未來不排除在ECFA的架構下，進行相互認證。

最後，新制的認證標準更趨嚴格。過去認證機構只對「送驗樣本」負責，不負責管控認證後產品。今後，認證機構必須從生產、運輸、銷售各個環節進行監



隨著中國大陸所得大幅提升，民眾重視健康，追求無污染的食品，促使有機產品市場蓬勃發展。

控；所有的認證標章都可以在認監委的官網上查到，廠商若標示不實，一件商品將可開罰數萬人民幣。

## 嚴格認證流程 從農產品播種開始

7月1日，新有機認證制度實施，立即衝擊到中國大陸有機產品市場。據中國最大有機連鎖超市——北京「樂活城」總經理余崇正透露，由於新制要求每一件產品都要貼認證標章，光是7月1日到8月底，就發出30億張新的有機標章。換言之，如果過去同一批500瓶有機牛奶，只需要一張標章，而現在就要500張標章。而認證標章每張按產品大小，價格由人民幣四分錢到一角都有。

在生產端，新制比舊制嚴格



## 中國大陸最大有機連鎖超市 北京樂活城 看準健康需求

2003年，大賣場開始販售有機食品，至今中國大陸有機市場發展歷史近10年。於2006年開張的北京樂活城超市（以下簡稱樂活城），是目前中國大陸最具規模的有機連鎖超市，在北京的7家門市散布於商業區的高級公寓與郊區順義別墅區，2009年更將生意做到了深圳。

在中國大陸首善之都北京，人民所得高，已經有很多人願意付出高價購買有機食品。即使樂活城的客單價高達150元人民幣，但每家店每天來客數平均約100人，營業額每月約40萬元人民幣。對於7月1日起實施的新認證制度，總經理余崇正認為，政府管得嚴，可以讓消費者對有機產品更有信心，如果正規經營的廠商，反而是長期有利。

談及在中國大陸經營有機生意的心得，余崇正指出，最困難的在於建立消費者的信任感。他分析，在台灣設在社區旁的有機店舖，時間一久，基於鄰居之間的信任感，客源固定，生意會愈來愈好，但在中國大陸，不重視裝潢的小店，



北京樂活城總經理余崇正（左圖）表示，在中國大陸經營有機產品市場，最重要的在於取得消費者信任。

很難取得消費者信任，因此樂活城多開在商務區或別墅區。

其次，在台灣透過加盟方式能快速展店，但在中國大陸，樂活城就在加盟店上吃了虧。余崇正表示，台灣加盟者多為夫妻檔，創業者親身投入經營，對於產品知之甚詳，能提供顧客詳細的解說也熱情待客，但在中國大陸加盟者，卻是由店員負責營運，生意就很難做起來。

此外，為了加深中國大陸消費者的信任感，樂活城採取以下措施：一、建置完整的產品履歷，每件商品都能找到生產源頭。二、當店員向顧客解說時，能提供詳盡資訊，例如雞隻的養殖地點、如何養殖

等，以取得顧客信任；三、由於有機蔬菜把關特別難，樂活城乾脆自己買農場種菜；四、經常邀請熟客跟公司採購經理開會，聽取熟客的意見，作為採購新產品的參考，同時也讓熟客有參與感。

余崇正保守估計，中國大陸有機市場目前1年銷售額約人民幣100億元，而美國2011年的有機食品銷售額是250億美元（約人民幣1,500億元），人民幣1,400億元的差距將是市場未來的成長空間。7月初，余崇正回台舉辦中國大陸有機認證說明會，吸引逾60家廠商的代表出席，並有40多位代表簽署了合作意向書，足以證明中國大陸有機產品市場商機無限。

許多。首先，以前只認證生產基地，核定合適產量，例如可以種1千斤的菠菜，就核發1千斤的標章；但是現在，如果要種100斤的小白菜種子，種子就要先送驗；小白菜長成後，出售前，還要再一次送驗，通常需要2週時間。這樣一來，很多菜農就放棄種有機蔬菜。農民抱怨：「種菜打農藥，政府不管；不打農藥（有機蔬果），政府反而要管。」

由於有機生產成本在新制實施後，增加將近1成，很多有機農場就放棄部分有機生產，如此一來，有機商店進貨品項最近一、兩個月減少將近3成。不過，新制也對混亂的中國大陸有機市場產生「去蕪存菁」的效果，對於想長期經營的台商來說，現在正是重新出發的開始。

因為根據「歐盟中國貿易專家」（EUCPT）2007年的年度報告顯示，中國大陸未來10年有機



中國大陸自2012年7月1日上路的新有機認證制度，雖然大幅增加業者生產成本，但將對有機產品市場產生「去蕪存菁」的效果，進而保障消費者的權益。

## 中國大陸新有機產品認證 大幅增加生產成本

中國大陸7月1日上路的新有機認證措施，主要有以下重點：

- 1. 轉換期：**自2012年3月1日起，第一年（頭12個月）轉換期沒有「有機轉換產品認證證書」；取消「有機轉換產品」標誌，即取消「有機轉換蔬菜（產品）」的概念，所有轉換期內的蔬菜（產品），均按照常規蔬菜（產品）銷售，不得標示「有機轉換蔬菜（產品）」字樣。
- 2. 產地環境：**基地土壤、灌溉水、大氣環境，每12個月檢測1次（註：原來不需要大氣環境檢測，水和土檢測可以3年1次）；每年增加費用至少1萬人民幣。
- 3. 產品檢測：**規定每一茬（茬係指在農業中輪作作物的種類和輪作的次序）同一塊地的每一種蔬菜均需進行產品檢測。即如果一個農場種植20種蔬菜，平均每種蔬菜每年種植3茬（限同一塊地），則每年需進行60次產品檢測，保守估計檢測費用約人民幣9~10萬元。
- 4. 認證檢查：**要求每一批次和每一茬（同一塊地）的蔬菜，在其生長期，均必須有認證機構的檢查員進行現場檢查。即按照上述條款，認證機構每年至少需檢查3次（原來每年1次即可，最多2次。每年增加認證費用至少人民幣2萬元）
- 5. 包裝標誌：**通過轉換期的每個蔬菜（產品）的最小包裝上都必須粘貼或印刷認證機構給的唯一的認證標誌。即每一個禮盒或每一個產品上，均有一個唯一，而且可以在官方網站上查到的身分碼。

生產將以高達30%~50%的年成長率增長，占其國內食品銷售1%~3%的市場比例。而且，全世界眾多品牌的有機茶、有機蛋、有機米、有機水果已經在北京、上

海等市場賣到缺貨，可以預見的是，中國大陸年收入超過10萬元人民幣以上的家庭，約2億人口，他們將是有機產品的消費大軍。

曾在成都參與有機產業的《人間福報》前副社長呂幼綸也曾在媒體上透露，台灣的有機產品較一般食品貴上3~5成，在中國大陸則在5成以上，甚至高達5倍之多，其消費族群多是海外公司派駐當地的高級主管，或是做為五星級飯店高級食材之用。這還不包括數百萬越來越重視健康飲食的中國大陸有錢人。由此可見，中國大陸的有機市場不但已經具有相當規模，而且正在快速成長！■